

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา หลังจากได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกได้ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ และลูกจ้าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของลูกจ้าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และลูกจ้างรายบุคคล

#### ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.2 ด้านการจัดจำหน่าย

2.3 ด้านส่งเสริมการตลาด

2.4 ด้านราคา

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน

#### ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพภายในและภายนอกองค์กร(SWOT)

ส่วนที่ 2 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และลูกจ้าง จำนวน 5 ร้าน รวมทั้งหมดจำนวน 15 คน ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน และมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ และลูกจ้าง ดังตาราง 1

ตาราง 1 ภาพรวมของการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ประกอบธุรกิจ และลูกจ้าง

| ข้อมูลทั่วไป                   | จำนวน(n) | ร้อยละ |
|--------------------------------|----------|--------|
| <b>ประเภท</b>                  |          |        |
| 1. เจ้าของ                     | 5        | 33.33  |
| 2. ลูกจ้าง                     | 10       | 66.67  |
| <b>เพศ</b>                     |          |        |
| 1. ชาย                         | 5        | 33.33  |
| 2. หญิง                        | 10       | 66.67  |
| <b>อายุ</b>                    |          |        |
| 1. 26-35 ปี                    | 6        | 40.00  |
| 2. 36-45 ปี                    | 6        | 40.00  |
| 3. 46-55 ปี                    | 3        | 20.00  |
| <b>ระดับการศึกษา</b>           |          |        |
| 1. ประถมศึกษา (ป.4)            | 2        | 13.33  |
| 2. ประถมศึกษา (ป.6)            | 2        | 13.33  |
| 3. มัธยมศึกษาตอนต้น            | 2        | 13.33  |
| 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย           | 6        | 40.00  |
| 5. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ        | 1        | 6.68   |
| 6. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง | 2        | 13.33  |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป                                       | จำนวน(น) | ร้อยละ |
|--|----------|--------|
| <b>ประสบการณ์การทำงาน</b>                          |          |        |
| 1. มีประสบการณ์                                    | 5        | 33.33  |
| 2. ไม่มีประสบการณ์                                 | 10       | 66.67  |
| <b>รายได้ปัจจุบันต่อเดือน</b>                      |          |        |
| 1. 3,600 บาท                                       | 1        | 6.67   |
| 2. 3,900 บาท                                       | 6        | 39.99  |
| 3. 4,500 บาท                                       | 3        | 19.99  |
| 4. 30,500 บาท                                      | 1        | 6.67   |
| 5. 35,000 บาท                                      | 1        | 6.67   |
| 6. 38,000 บาท                                      | 1        | 6.67   |
| 7. 40,000 บาท                                      | 1        | 6.67   |
| 8. 50,000 บาท                                      | 1        | 6.67   |
| <b>ประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผา เป็นระยะเวลาปี</b> |          |        |
| 1. 3 ปี  | 5        | 33.33  |
| 2. 4 ปี  | 7        | 46.68  |
| 3. 5 ปี  | 3        | 19.99  |
| <b>การจำหน่ายสินค้า</b>                            |          |        |
| 1. ผลิตและจำหน่ายเอง                               | 0        | 0      |
| 2. รับมาและจำหน่ายเอง                              | 15       | 100    |
| <b>การศึกษาข้อมูลก่อนมาจัดตั้งร้าน</b>             |          |        |
| 1. ศึกษาด้านผลิตภัณฑ์                              | 5        | 33.33  |
| 2. ศึกษาด้านการจัดจำหน่าย                          | 1        | 6.67   |
| 3. ศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาด                     | 1        | 6.67   |
| 4. ศึกษาด้านราคา                                   | 8        | 53.33  |
| <b>แหล่งที่มาของเครื่องปั้นดินเผา</b>              |          |        |
| 1. แหล่งดินเผาตามภูเขา                             | 13       | 86.67  |
| 2. แหล่งอื่น                                       | 2        | 13.33  |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป  | จำนวน(น) | ร้อยละ |
|---|----------|--------|
| <b>ประเภทเครื่องปั้นดินเผาที่ผู้ซื้อนิยมมากที่สุด</b> |          |        |
| 1. แจกัน  | 4        | 26.67  |
| 2. กระจ่างต้นไม้                                      | 2        | 13.33  |
| 3. เครื่องประดับ                                      | 2        | 13.33  |
| 4. อ่างบัว  | 4        | 26.67  |
| 5. น้ำพุ  | 2        | 13.33  |
| 6. ตุ๊กตาผารูปคน                                      | 1        | 6.67   |
| <b>ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประเภท</b>                |          |        |
| 1. ลูกค้าขจร  | 10       | 66.67  |
| 2. ลูกค้าประจำ  | 5        | 33.33  |
| <b>ผู้ซื้อส่วนใหญ่มักจะซื้อสินค้าเพื่อ</b>            |          |        |
| 1. ใช้เอง   | 13       | 86.67  |
| 2. เป็นของฝาก   | 2        | 13.33  |
| <b>รายได้จากการขายเครื่องปั้นดินเผาในแต่ละวัน</b>     |          |        |
| 1. 1,500-3,000 บาท                                    | 8        | 53.33  |
| 2. 1,500-3,500 บาท                                    | 1        | 6.67   |
| 3. 1,800-3,500 บาท                                    | 2        | 13.33  |
| 4. 2,000-3,000 บาท                                    | 2        | 13.33  |
| 5. 2,000-3,500 บาท                                    | 1        | 6.67   |
| 6. 2,500-4,000 บาท                                    | 1        | 6.67   |
| <b>สินค้าที่ขายดีที่สุด</b>                           |          |        |
| 1. เครื่องประดับ                                      | 6        | 40.00  |
| 2. อ่างบัว  | 1        | 6.67   |
| 3. ตุ๊กตารูปสัตว์                                     | 1        | 6.67   |
| 4. ตุ๊กตารูปคน  | 3        | 20.00  |
| 5. กระจ่างต้นไม้                                      | 2        | 13.33  |
| 6. แจกัน  | 2        | 13.33  |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป  | จำนวน(น) | ร้อยละ |
|---|----------|--------|
| <b>สินค้ามักจะขายดีในช่วงเวลา</b>                       |          |        |
| 1. ช่วงเช้า   | 14       | 93.33  |
| 2. ช่วงบ่าย   | 1        | 6.67   |
| <b>เหตุผลของการซื้อสินค้า</b>                           |          |        |
| 1. มีตลาดขายให้เลือกมาก และสวยงาม                       | 5        | 33.33  |
| 2. ซื้อไปเพื่อทำการตกแต่งจัดสวน                         | 2        | 13.33  |
| 3. ซื้อไปเพื่อตกแต่งสถานที่ราชการ                       | 2        | 13.33  |
| 4. รับไปขายต่ออีกทอด                                    | 1        | 6.67   |
| 5. มีรถทัวร์นำเที่ยวในแต่ละวันมากขึ้น                   | 1        | 6.67   |
| 6. มีสินค้าให้เลือกมากและหลากหลาย                       | 3        | 20.00  |
| 7. ซื้อยกแพ็คและเป็น โหล                                | 1        | 6.67   |
| <b>การติดต่อหรือประสานงานกับหน่วยงานอื่นเพื่อธุรกิจ</b> |          |        |
| 1. โทรศัพท์   | 13       | 86.66  |
| 2. ติดต่อประสานงานด้วยตนเอง                             | 1        | 6.67   |
| 3. ติดต่อประสานงานทางอินเทอร์เน็ต                       | 1        | 6.67   |
| <b>ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย</b>                      |          |        |
| 1. สินค้าเครื่องปั้นดินเผามีหลายแห่ง                    | 1        | 6.67   |
| 2. มีคู่แข่งขึ้นเป็นจำนวนมาก                            | 7        | 46.65  |
| 3. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ                                    | 3        | 20.00  |
| 4. ช่วงฤดูฝน การขายสินค้าต่ำลง                          | 1        | 6.67   |
| 5. สถานที่จอดรถมีน้อย                                   | 1        | 6.67   |
| 6. สินค้าถูกลอกเลียนแบบมากขึ้น                          | 1        | 6.67   |
| 7. การขนส่งต้องระวางแตกและเสียหายได้ง่าย                | 1        | 6.67   |

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบธุรกิจ 5 คน และลูกจ้าง 10 คน พบว่า ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี และอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่มักขาดประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รายได้ของผู้ขายส่วนใหญ่อยู่ที่ 3,900 บาทต่อเดือน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 39.99 ระยะเวลาที่มาประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผา 4 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.68 ส่วนใหญ่สินค้าจะรับมาขายปลีก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยก่อนจะลงมือทำธุรกิจผู้ขายจะศึกษาด้านราคา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รับเครื่องปั้นดินเผาจากแหล่งด้านเกวียน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 ผู้ขายส่วนใหญ่กล่าวว่า ผู้ซื้อมักนิยมซื้อแจกันเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 26.67 ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาจรที่เข้ามาซื้อสินค้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 รายได้จากการขายต่อวัน 1,500-3,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 สินค้าที่ขายดีที่สุดคือเครื่องประดับดินเผา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 สินค้าขายดีในช่วงเช้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 สินค้าส่วนใหญ่ขายดีเพราะมีลวดลายให้เลือกมากมาย และสวยงาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นโดยใช้โทรศัพท์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 86.66 ส่วนใหญ่ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายสินค้ามาจากการมีคู่แข่งที่มากขึ้นจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.65

**ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของผู้ประกอบการ ดังตาราง 2**

ตาราง 2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของผู้ประกอบการ

| ผู้ประกอบการร้าน<br>เครื่องปั้นดินเผา | ปัญหาและ<br>อุปสรรค   | แหล่งรับซื้อ            | ประเภทของเครื่อง<br>ปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม | ประเภทของ<br>ลูกค้า                     | วัตถุประสงค์<br>ของการซื้อสินค้า               | รายได้/เดือน<br>(บาท) | ช่วงเวลา<br>ขายดีที่สุด                | แนวทางด้านการจัดการ  |
|---------------------------------------|---|-------------------------|---|---|--|-----------------------|--|--|
| รายที่ 1                              | - ร้านจำหน่าย<br>สินค้าเครื่องปั้น<br>ดินเผามีจำนวน<br>มาก<br>- มีการแข่งขันสูง<br>- การ<br>เปลี่ยนแปลง<br>ด้านภาวะ<br>เศรษฐกิจ | ดินเผาจากค่าน<br>เกวียน | แจกันดินเผา                                 | ลูกค้าประจำ<br>จากจังหวัด<br>นครราชสีมา | ซื้อไปใช้เอง<br>จัดเป็นของตกแต่ง<br>บ้านและสวน | ประมาณ<br>2,500-4,000 | วันหยุดเสาร์<br>และอาทิตย์<br>ช่วงเช้า | ทำการคัดเลือกเกรดของ<br>เครื่องปั้นดินเผา เช่น<br>สังเกตรอยร้าวว่ามีหรือไม่<br>มีทำเลที่ผู้คนต้องผ่านไป<br>มาได้สะดวกทั้งสถานที่<br>จอดรถ การคมนาคมต่าง ๆ<br>รวมไปถึงต้องคำนึงถึงการ<br>ขนส่งต้องสะดวกมีการคิด<br>ป้ายบนรถประจำทาง และ<br>แจกใบปลิวก่อนทำการ<br>ศึกษาราคาขายปลีกใน<br>ท้องตลาดอื่น ๆ แล้วจึงมา<br>กำหนดราคาภายในร้าน |

ตาราง 2 (ต่อ)

| ผู้ประกอบการร้าน<br>เครื่องปั้นดินเผา | ปัญหาและ<br>อุปสรรค   | แหล่งรับซื้อ            | ประเภทของเครื่อง<br>ปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม | ประเภทของ<br>ลูกค้า | วัตถุประสงค์<br>ของการซื้อสินค้า | รายได้<br>(บาท)        | ช่วงเวลาที่<br>ขายดีที่สุด                                  | แนวทางการจัดการ   |
|---------------------------------------|---|-------------------------|---|---------------------|----------------------------------|------------------------|---|---|
| รายที่ 2                              | มีการแข่งขันกัน<br>มากและมีการ<br>ต่อสู้ใน หลาย ๆ<br>ด้านอย่างสูง | ดินเผาจากค่าน<br>เกวียน | กระถางต้นไม้                                | ลูกค้าชาจร          | ตกแต่งบ้านและ<br>สวน             | ประมาณ<br>2,000-3,500  | วันหยุดเสาร์<br>และอาทิตย์<br>วันนักขัต<br>ฤกษ์<br>ช่วงเช้า | หารูปแบบที่คนทั่วไปชอบ<br>ซื้อ มีสถานที่ กว้างขวางมี<br>ลานจอดรถแจกใบปลิว<br>ล่วงหน้าตั้งราคาที่ไม่สูง<br>เกินไป แหล่ง รับซื้อเครื่อง<br>ปั้น ดินเผาจำหน่าย   |
| รายที่ 3                              | การ<br>ประชาสัมพันธ์  | ดินเผาค่าน<br>เกวียน    | เครื่องประดับดินเผา                         | ลูกค้าชาจร          | ซื้อไปใช้เอง                     | ประมาณ 2,000-<br>3,000 | ช่วงเช้า  | ดูผลิตภัณฑ์ว่ามีอย่างก็<br>ประเภทร้านอื่นๆ ขาย<br>สินค้าอย่างไรและขาย<br>อย่างไร ทำเลที่ตั้ง<br>เหมาะสมและเป็นแหล่ง<br>การขายสินค้าเครื่องปั้น<br>ดินเผา มีการติดป้ายหน้า<br>ร้านว่าจะเริ่มขายสินค้า<br>ตอนไหน กำหนดราคาขาย<br>ของสินค้าตั้งแต่ 5 บาท<br>ไปจนถึงราคา 20,000 บาท |



ตาราง 2 (ต่อ)

| ผู้ประกอบการร้าน<br>เครื่องปั้นดินเผา | ปัญหาและ<br>อุปสรรค  | แหล่งรับซื้อ        | ประเภทของเครื่อง<br>ปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม | ประเภทของ<br>ลูกค้า      | วัตถุประสงค์<br>ของการซื้อสินค้า | รายได้<br>(บาท)        | ช่วงเวลา<br>ขายดีที่สุด              | แนวทางการจัดการ   |
|---------------------------------------|--|---------------------|---|--------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|---|
| รายที่ 4                              | เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้การซื้อลดลง   | ดินเผาदान<br>เกวียน | แจกันดินเผาใหญ่และ<br>เล็ก                  | ลูกค้าขาจรจาก<br>รถทัวร์ | ซื้อไปใช้เอง                     | ประมาณ 1,500-<br>3,000 | ช่วงเช้า                             | ศึกษาตลาด ความสวยงาม<br>ความคงทน ก่อนที่จะขาย<br>เครื่องปั้นดินเผา อยู่ในแหล่ง<br>การคมนาคมที่สะดวก<br>สถานที่กว้างขวาง มีการ<br>โฆษณาในใบปลิวและใช้รถ<br>ประกาศกระจายเสียง<br>ทำการศึกษาราคาต้องไม่แพง<br>ในภาวะเศรษฐกิจแบบนี้ |
| รายที่ 5                              | มีสินค้าประเภท<br>ใกล้เคียงกัน จาก<br>จังหวัดอื่นมาเป็น<br>คู่แข่งชั้น | ดินเผาदान<br>เกวียน | อ่างบัว                                     | ลูกค้าขาประจำ            | ซื้อไปใช้เอง                     | ประมาณ 1,800-<br>3,500 | วันหยุดเสาร์<br>อาทิตย์ ช่วง<br>เช้า | ศึกษาความจำเป็นและความ<br>ต้องการของผู้ซื้อ<br>เครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน<br>จัดตกแต่งสถานที่ให้น่าเข้ามา<br>ซื้อสินค้าประชาสัมพันธ์ ตาม<br>หมู่บ้านในจังหวัด<br>นครราชสีมา ตั้งราคาขายที่<br>เหมาะสม                          |

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลของการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา มีแนวทางการจัดการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลวดลาย ความสวยงาม และความคงทน โดยต้องมีการคัดเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาจำหน่ายด้วย ด้านการจัดจำหน่ายนั้นต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีที่จอดรถที่สะดวก การจัดตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ใช้การประชาสัมพันธ์จะใช้วิธีการแจกใบปลิว และมีการติดป้ายประกาศที่รถประจำทาง ส่วนด้านราคานั้นจะต้องกำหนดราคาขายที่เหมาะสม ไม่แพงเกินไป และทำการศึกษาราคาขายปลีกสินค้าแต่ละประเภทในร้านอื่น ๆ ด้วย เพื่อนำมากำหนดราคาของตนเอง แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่เป็นดินเผาด่านเกวียน โดยประเภทของสินค้าที่ผู้ซื้อนิยมซื้อ ได้แก่ แจกันดินเผา กระถางต้นไม้ เครื่องประดับดินเผา และอ่างบัว เป็นต้น ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าทั่วไปมีทั้งประเภทลูกค้าประจำจากจังหวัดนครราชสีมาและลูกค้าขาจรจากต่างจังหวัดที่โดยสารมากับรถทัวร์ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อไปใช้เองและนำไปจัดตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ ราคาของสินค้าอยู่ระหว่าง 1,800-3,500 บาท สินค้าจะขายดีที่สุดช่วงตอนเช้า วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ได้แก่ มีผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาทำการแข่งขันในหลาย ๆ ด้านค่อนข้างสูง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

**ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของลูกจ้าง**  
 ดังตาราง 3

ตาราง 3 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของลูกจ้าง

| ลูกจ้างร้าน<br>เครื่องปั้นดินเผา | ปัญหาและ<br>อุปสรรค  | แหล่งรับซื้อ                                | ประเภทของเครื่อง<br>ปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม | ประเภทของ<br>ลูกค้า | วัตถุประสงค์<br>ของการซื้อสินค้า | รายได้<br>(บาท) | ช่วงเวลาที่<br>ขายดีที่สุด | แนวทางด้านการจัดการ |
|----------------------------------|--|---|---|---------------------|----------------------------------|-----------------|----------------------------|---------------------|
| รายที่ 1                         | บางครั้งฝนตก<br>หนักต้องรีบปิด<br>ร้านเพราะฝนสาด<br>เข้าร้าน                                       | ดินเผาदान<br>เกวียน                         | เครื่องประดับดินเผา                         | ลูกค้าชาจร          | ซื้อไปใช้เองและ<br>เป็นของฝาก    | 1,500-3,000     | ช่วงเช้า                   | ไม่มีข้อมูล         |
| รายที่ 2                         | ร้านค้ามีมากขึ้น<br>และบางกลุ่มนิยม<br>หันไปซื้อ เซรา<br>มิก แทน เพราะ<br>มันเป็นเงางาม<br>มากกว่า | ดินเผาदान<br>เกวียน                         | น้ำพุ                                       | ลูกค้าชาจร          | เป็นของฝาก                       | 1,500-3,000     | ช่วงเช้า                   | ไม่มีข้อมูล         |
| รายที่ 3                         | มีคู่แข่งมาก   | ดินเผาदान<br>เกวียน                         | กระถางต้นไม้และ<br>กระถางกล้วยไม้           | ลูกค้าขาประจำ       | ซื้อไปใช้เอง                     | 1,500-3,000     | ช่วงบ่าย                   | ไม่มีข้อมูล         |
| รายที่ 4                         | รถยนต์ใหม่<br>สามารถเข้ามา<br>จอดได้ทั้งหมดที่<br>จอดมีน้อย  | ดินเผาदान<br>เกวียน<br>ดินเผาจาก<br>ขอนแก่น | แจกัน                                       | ลูกค้าชาจร          | ซื้อไปใช้เอง                     | 1,500-3,000     | ช่วงเช้า                   | ไม่มีข้อมูล         |

ตาราง 3 (ต่อ)

| ลูกจ้างร้าน<br>เครื่องปั้นดินเผา | ปัญหาและ<br>อุปสรรค   | แหล่งรับซื้อ        | ประเภทของเครื่อง<br>ปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม | ประเภทของ<br>ลูกค้า | วัตถุประสงค์<br>ของการซื้อสินค้า | รายได้<br>(บาท) | ช่วงเวลา<br>ขายดีที่สุด | แนวทางการจัดการ |
|----------------------------------|---|---------------------|---|---------------------|----------------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------|
| รายที่ 5                         | ดินเผาหมักมีขาย<br>ทั่วไปในภาค<br>อีสาน                       | ดินเผาदान<br>เกวียน | อ่างบัว                                     | ลูกค้าขจร           | ซื้อไปใช้เอง                     | 1,500-3,000     | ช่วงเช้า                | ไม่มีข้อมูล     |
| รายที่ 6                         | คู่แข่งชั้นมีมาก<br>ขึ้น                                      | ดินเผาदान<br>เกวียน | ตุ๊กตาเผารูปคน                              | ลูกค้าขจร           | เป็นของฝาก                       | 1,800-3,000     | ช่วงเช้า                | ไม่มีข้อมูล     |
| รายที่ 7                         | คู่แข่งชั้นมีมาก  | ดินเผาदान<br>เกวียน | น้ำพุ                                       | ลูกค้าขจร           | ซื้อไปใช้เอง                     | 1,500-3,500     | ช่วงเช้า                | ไม่มีข้อมูล     |
| รายที่ 8                         | สินค้าถูก<br>ลอกเลียนแบบมาก<br>ขึ้น เพื่อสร้าง<br>มูลค่าเพิ่ม | ดินเผาदान<br>เกวียน | อ่างบัว                                     | ลูกค้าขจร           | ซื้อไปใช้เอง                     | 2,000-3,000     | ช่วงเช้า                | ไม่มีข้อมูล     |
| รายที่ 9                         | เศรษฐกิจไม่ดี   | ดินเผาदान<br>เกวียน | แจกัน                                       | ลูกค้าขาประจำ       | ซื้อไปใช้เอง                     | 1,500-3,500     | ช่วงเช้า                | ไม่มีข้อมูล     |
| รายที่ 10                        | สินค้าแตกหักง่าย<br>ทำให้ต้องระวัง<br>เรื่องการขนส่ง          | ดินเผาदान<br>เกวียน | อ่างบัว                                     | ลูกค้าขจร           | ซื้อไปใช้เอง                     | 1,500-3,500     | ช่วงเช้า                | ไม่มีข้อมูล     |

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลของการสัมภาษณ์ลูกจ้างร้านเครื่องปั้นดินเผา พบว่า ลูกจ้างร้านเครื่องปั้นดินเผาทุกรายไม่มีแนวทางการจัดการด้านการตลาด แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาทุกรายให้ข้อมูลเหมือนกันว่ามีแหล่งรับซื้อจากดินเผาด่านเกวียน โดยประเภทของเครื่องปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม ได้แก่ แจกันดินเผา กระจ่างต้นไม้ เครื่องประดับดินเผา น้ำพุ และอ่างบัว ลูกจ้างร้านเครื่องปั้นดินเผาให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาว โดยมียอดอุปสงค์ของการซื้อสินค้า คือ ซื้อไปใช้เองและเป็นของฝาก ราคาของสินค้าอยู่ระหว่าง 1,500-3,500 บาท และสินค้าจะขายดีที่สุดในช่วงเช้า ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่ ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าประเภทเซรามิก มีคู่แข่งมาก รถยนต์ไม่สามารถเข้าถึงหน้าร้านได้ วัตถุดิบหาได้ง่ายในหลายพื้นที่ สินค้ามีการลอกเลียนแบบ ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ และการขนส่งต้องใช้ความระมัดระวังไม่ให้สินค้าชำรุดแตกหักได้

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และลูกจ้างร้านผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

##### 1. ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ มีรายละเอียดของแต่ละบุคคลดังนี้

1.1 รายที่ 1 อายุ 40 ปี การศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประสบการณ์เคยทำงานช่างทาสีมืออาชีพด้านแจกัน ผ่านการอบรมด้านดินเผาจากจังหวัดนครราชสีมา มีรายได้ปัจจุบัน 50,000 บาทต่อเดือน โดยประกอบการเครื่องปั้นดินเผามาเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งรับเครื่องปั้นดินเผาขายปลีก แนวทางการจัดการในแต่ละด้านของร้านเน้นทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ทำการคัดเลือกเกรดของเครื่องปั้นดินเผา เช่น สังเกตรอยร้าวว่ามีหรือไม่ ด้านการจัดจำหน่าย มีทำเลที่ผู้คนต้องผ่านไปมาได้สะดวกทั้งสถานที่จอดรถ การคมนาคมต่าง ๆ รวมไปถึงต้องคำนึงถึงการขนส่งต้องสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการติดป้ายบนรถประจำทาง และแจกใบปลิวก่อน ด้านราคา ทำการศึกษาราคาขายปลีกในท้องตลาดอื่น ๆ แล้วจึงมากำหนดราคาภายในร้าน แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจำหน่าย คือ ดินเผาจากด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ประเภทของเครื่องปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยมซื้อ คือ แจกันดินเผา ลูกค้านิยมซื้อสินค้าส่วนใหญ่ คือ ลูกค้านำไปจากจังหวัดนครราชสีมาโดยซื้อไปใช้เอง จัดเป็นของตกแต่งบ้านและสวน รายได้จากการขายสินค้าในแต่ละวันอยู่ประมาณ 2,500-4,000 บาท จะขายดีที่สุดในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ ส่วนเครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ เครื่องประดับดินเผา ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า เวลา 09.00-12.00 น. เหตุที่สินค้าขายดีเพราะเป็นกลุ่มเฉพาะผู้หญิงเป็นส่วนมากจึงขายดี การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานจะใช้การโทรศัพท์และการไปติดต่อด้วย

ตนเอง ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย คือ ปัจจุบันสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผามีหลายที่ ทำให้แย่งกันขาย รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

1.2 รายที่ 2 การศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงด้านเทคโนโลยี มีประสบการณ์เคยเป็นพนักงานเผา (เผาดินไฟต่ำ ไฟสูง) ผ่านการอบรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตท้องถิ่นภาคอีสาน มีรายได้ปัจจุบัน 35,000 บาทต่อเดือน ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาระยะเวลา 4 ปี โดยรับเครื่องปั้นดินเผา มาขายปลีก แนวทางการจัดการในแต่ละด้านของร้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ หารูปแบบที่คนทั่วไปชอบซื้อด้านการจัดจำหน่าย มีสถานที่กว้างขวาง มีลานจอดรถ ด้านการส่งเสริมการตลาด แจกใบปลิวล่วงหน้า ด้านราคา ตั้งราคาที่ไม่สูงเกินไป แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจำหน่าย คือ มี 2 ที่ ดินเผาด่านเกวียนและดินเผาจากขอนแก่น โดยลูกค้านิยมซื้อกระถางต้นไม้เป็นลูกค้า ขจร โดยซื้อสินค้าที่ละมาก ๆ ซื้อสินค้าเพื่อไปตกแต่งบ้านและสวน รายได้จากการขายสินค้าในแต่ละวันประมาณ 2,000-3,500 บาท จะขายดีที่สุดในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์ เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ อ่างบัว ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า เวลา 08.00 เป็นต้นไป เหตุที่สินค้าขายดีเนื่องจากตลาดและลักษณะของอ่างบัว การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะไปติดต่อด้วยตนเอง ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย มีการแข่งขันกันมากและมีการต่อสู้ในหลาย ๆ ด้านอย่างสูง

1.3 รายที่ 3 อายุ 40 ปี การศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวส.) ด้านการตลาดมีประสบการณ์พนักงานขายสินค้าส่งออก ผ่านฝึกอบรมด้านทักษะการขายที่ดี รายได้ปัจจุบัน 40,000 บาทต่อเดือน เปิดร้านเครื่องปั้นดินเผาเป็นเวลา 4 ปี โดยรับมาขายปลีก แนวทางการจัดการในแต่ละด้านของร้านมีทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คุณผลิตภัณฑ์ว่ามีที่ประเภท ร้านอื่น ๆ ขายสินค้าอย่างไร ด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งเหมาะสมและเป็นแหล่งการขายสินค้าเครื่องปั้นดินเผา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการคิดป้ายหน้าร้านว่าจะเริ่มขายสินค้าตอนไหน ด้านราคา กำหนดราคาขายของสินค้าตั้งแต่ 5 บาท ไปจนถึงราคา 20,000 บาท โดยแหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจำหน่ายที่ดินเผาจากด่านเกวียน ลูกค้านิยมซื้อเครื่องประดับดินเผาและเป็นลูกค้าขจร โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์ ซึ่งซื้อไปใช้เอง รายได้วันละประมาณ 2000-3000 บาท แต่ก็มีบางวันที่ขายสินค้าไม่ได้เลยก็มี เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ ตุ๊กตารูปสัตว์ ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า เหตุที่สินค้าขายดีเนื่องจากคนทั่วไปมักจะซื้อไปจัดทำสวน การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะใช้การโทรศัพท์และและส่งรูปภาพสินค้าทางไปรษณีย์ และ e-mail ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายในช่วงแรกจะขายสินค้าไม่ค่อยดี เมื่อมีการประชาสัมพันธ์ก็ดีขึ้น

1.4 รายที่ 4 อายุ 43 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย มีประสบการณ์การเป็นพนักงานผสมดินเผาก่อนนำไปอบไฟ และผ่านการฝึกอบรมเครื่องปั้นและเซรามิกของภาคอีสาน รายได้ปัจจุบัน 30,500 บาทต่อเดือน ขายเครื่องปั้นดินเผา 4 ปี โดยรับมาขายปลีก โดยมีการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ศึกษาตลาด ความสวยงาม ความคงทน ก่อนที่จะขายเครื่องปั้นดินเผา ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในแหล่งการคมนาคมที่สะดวก สถานที่กว้างขวาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาในใบปลิวและใช้รถประกาศกระจายเสียง ด้านราคา ทำการศึกษาราคา ต้องไม่แพงในภาวะเศรษฐกิจแบบนี้ แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจำหน่าย คือ ดินเผาจากด่านเกวียน โดยลูกค้านิยมซื้อแจกันดินเผาขนาดใหญ่และเล็ก ลูกค้าชาวจีนซึ่งมาพร้อมกับรถทัวร์ส่วนใหญ่ ซื้อเพื่อใช้เอง รายได้จากการขายสินค้า วันละประมาณ 1,500-3,000 บาท และขายดีในวันหยุดขายดีที่สุด คือ ศุกร์คารูปคนละสี ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า ซื้อไปจัดตกแต่งสถานที่ราชการ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่น จะใช้การโทรศัพท์และการไปติดต่อด้วยตนเอง ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายเป็นอย่างไร เมื่อก่อนขายดี แต่เมื่อเวลาผ่านไปไม่กี่ปีปริมาณการซื้อลดลงอย่างมาก อาจจะเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

1.5 รายที่ 5 อายุ 40 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย มีประสบการณ์ และผ่านการเป็นพนักงานขายสินค้าดินเผามาก่อน แต่ไม่เคยผ่านการอบรม ซึ่งมีรายได้ปัจจุบัน 38,000 บาทต่อเดือน เปิดร้านขายเครื่องปั้นดินเผาแล้ว 3 ปี รับมาเพื่อนำมาขายปลีก ซึ่งทางร้านได้ทำการจัดการในทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ต้องศึกษาความจำเป็นและความต้องการของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่ายจัดตกแต่งสถานที่ให้น่าเข้ามาซื้อสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ตามหมู่บ้านในจังหวัดนครราชสีมา ด้านราคาตั้งราคาขายที่เหมาะสม รับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจากด่านเกวียนเท่านั้น ลูกค้านิยมซื้อ คือ อ่างบัว เป็นลูกค้าประจำที่ซื้อไปใช้เอง รายได้วันละประมาณ 1,800-3,500 บาท จะขายดีที่สุดในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ เครื่องประดับดินเผา ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า เวลา 09.00-12.00 น. เหตุที่สินค้าขายดีเพราะมีผู้มารับซื้อสินค้าไปขายต่ออีก การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่น โดยจะใช้การโทรศัพท์ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย คือ คู่แข่งขันจากภายนอกต่างจังหวัด

## 2. ข้อมูลการสัมภาษณ์ลูกจ้างในร้านเครื่องปั้นดินเผา

จากการสัมภาษณ์ลูกจ้าง มีรายละเอียดของแต่ละบุคคลดังนี้

2.1 รายที่ 1 อายุ 27 ปี การศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่มีประสบการณ์ ไม่เคยผ่านการอบรม โดยมีรายได้ 3,600 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างในร้านเครื่องปั้นดินเผา 3 ปี โดยรับมาขายปลีก ไม่เคยจัดการด้านการตลาดให้กับร้าน แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจำหน่าย คือ

ดินเผาจากด่านเกวียน ลูกค้านิยมซื้อ คือ เครื่องประดับดินเผาเป็นลูกค้าขายจร ส่วนใหญ่ คือ ซื้อไปใช้เองและเป็นของฝากวันละประมาณ 1,500-3,000 บาท สินค้าที่ขายดีที่สุด คือ เครื่องประดับดินเผา ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า เหตุที่สินค้าขายดีเพราะรถทัวร์และรถนำเที่ยวมักจอดพักซื้อสินค้าเวลาช่วงเช้า การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่น โดยจะใช้การ โทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย คือ บางครั้งฝนตกหนักต้องรีบปิดร้านเพราะฝนสาดเข้าร้าน

2.2 รายที่ 2 อายุ 49 ปี การศึกษาประถมศึกษาปีที่ 4 ไม่มีประสบการณ์การทำงานและไม่เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา มีรายได้จากการเป็นลูกจ้าง 3,900 บาทต่อเดือน และเป็นลูกจ้างในร้าน มาเป็นเวลา 5 ปี โดยที่ร้านจะรับเครื่องปั้นดินเผามาขายปลีก ไม่เคยยุ่งเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาดของร้านเลย โดยรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจากด่านเกวียนเท่านั้น ลูกค้านิยมซื้อ คือ น้ำพุ เป็นลูกค้าขายจรที่ซื้อเครื่องปั้นดินเผาเป็นของฝาก รายได้วันละประมาณ 1,500-3,000 บาท เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ เครื่องประดับดินเผา ช่วงเวลาเช้าขายสินค้าดีที่สุด เนื่องจากซื้อเป็นของฝากสามารถซื้อได้มากขึ้น การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะใช้การโทรศัพท์ โดยปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย คือ บางกลุ่มนิยมหันไปซื้อเซรามิกแทน เพราะความมันวาว และความเป็นเงาจะมีมากกว่า

2.3 รายที่ 3 อายุ 50 ปี การศึกษาประถมศึกษาปีที่ 4 ไม่มีประสบการณ์และไม่เคยผ่านการอบรมรายได้ปัจจุบัน 4,500 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างมา 5 ปี โดยทางร้านจะรับเครื่องปั้นดินเผามาขายปลีก ไม่มีส่วนในการจัดการด้านการตลาดต่างๆ ของร้าน และรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจากด่านเกวียน ลูกค้านิยมซื้อ คือ กระจาดต้นไม้และกระจาดกล้วยไม้และส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาประจำที่ซื้อไปใช้เอง รายได้จากการขายสินค้า วันละประมาณ 1,500-3,000 บาท สินค้าขายดีที่สุด คือ กระจาดต้นไม้ ขายดีในช่วงบ่าย เหตุที่สินค้าขายดีเพราะนำไปปลูกต้นไม้จำนวนมากและมักจะมาซื้ออยู่เรื่อยๆ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายคือ มีคู่แข่งในปัจจุบันมากขึ้น

2.4 รายที่ 4 อายุ 28 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่มีประสบการณ์และไม่เคยผ่านการอบรม รายได้ปัจจุบัน 4,500 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างในร้านมา 3 ปี โดยทางร้านรับเครื่องปั้นดินเผามาขายปลีก ไม่เคยเข้าไปเกี่ยวข้องกับการจัดการด้านการตลาดของร้านเลย แหล่งรับซื้อสินค้าทางร้านจะรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจากด่านเกวียน และดินเผาจากขอนแก่นลูกค้านิยมซื้อคือ แจกัน และเป็นลูกค้าขายจร ที่ซื้อไปใช้เอง รายได้จากการขายวันละประมาณ 1,500-3,000 บาท เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ เครื่องประดับดินเผา ช่วงเช้าจะขายได้ดี เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มักจะซื้อสินเป็นโหลหรือแพ็ค และซื้อครั้งละมากๆ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน



หรือแหล่งการค้าอื่น จะใช้การโทรศัพท์เพื่อเป็นการสื่อสาร ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย คือ รถยนต์ไม่สามารถเข้ามาจอดได้ทั้งหมดที่จอดรถยังมีน้อย

2.5 รายที่ 5 อายุ 26 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่มีประสบการณ์ และไม่เคยผ่านการอบรม มีรายได้ปัจจุบัน 3,900 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างมา 4 ปี โดยทางร้านรับเครื่องปั้นดินเผาเพื่อขายปลีก ไม่เคยมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการตลาดของร้าน แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจะซื้อจากด่านเกวียน ลูกค้านิยมซื้อ คือ อ่างบัว เป็นลูกค้าขาจรที่ซื้อไปใช้เอง รายได้วันละประมาณ 1,500-3,000 บาท เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ แจกัน ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงเช้า เนื่องจากมีหลายแบบ หลายขนาด ลวดลายให้เลือกซื้อมากมาย การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่น จะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย ดินเผาที่มีขายทั่วไปในภาคอีสาน

2.6 รายที่ 6 อายุ 32 ปี การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 6 ไม่มีประสบการณ์ และไม่เคยผ่านการอบรม ด้านเครื่องปั้นดินเผา รายได้ปัจจุบัน 3,900 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างในร้านมา 3 ปี ที่ร้านจะขายปลีกเครื่องปั้นดินเผา และไม่เคยมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการตลาดเลย แหล่งรับซื้อดินเผาจากด่านเกวียน โดยลูกค้านิยมซื้อตุ๊กตาเผารูปคนและเป็นลูกค้าขาจรซึ่งจะซื้อไปใช้เอง รายได้วันละประมาณ 1,800-3,500 บาท เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ ตุ๊กตาเผารูปคน ช่วงเช้าจะขายสินค้าได้มาก เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผารูปสัตว์หลากหลายแบบให้เลือก การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่น จะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายคือ คู่แข่งขันมีมากขึ้น

2.7 รายที่ 7 อายุ 28 ปี การศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ไม่มีประสบการณ์ และไม่เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา รายได้ปัจจุบัน 4,500 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างในร้านมา 4 ปี โดยทางร้านจะขายปลีก และไม่มีส่วนในการเข้าไปจัดการด้านการตลาดของร้านเลย แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจะซื้อดินเผาจากด่านเกวียน ลูกค้านิยมซื้อ น้ำพุและเป็นลูกค้าขาประจำที่ซื้อไปใช้เอง รายได้ วันละประมาณ 1,500-3,000 บาท โดยขายตุ๊กตาเผารูปคนได้มากที่สุด และขายสินค้าได้ดีในช่วงเช้า เนื่องจากหน่วยงานราชการและเอกชนนิยมมาซื้อเพื่อนำไปตกแต่งและประดับสถานที่ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายคือ คู่แข่งขันมีมากขึ้น

2.8 รายที่ 8 อายุ 28 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ไม่มีประสบการณ์ และไม่เคยผ่านการอบรม รายได้ปัจจุบัน 3,900 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างร้านเครื่องปั้นดินเผา 3 ปี และทางร้านรับเครื่องปั้นมาขายปลีก ไม่เคยเข้าร่วมการจัดการด้านการตลาดกับทางร้านเลย และรับซื้อเครื่องปั้นจากแหล่งดินเผาจากด่านเกวียน ลูกค้านิยมซื้ออ่างบัวและเป็นลูกค้าขาที่ซื้อไป

ใช้เองรายได้วันละประมาณ 2,000-3,000 บาท ขายดีที่สุด คือ กระจ่างต้นไม้ และขายดีในช่วงเช้า เนื่องจากมีลูกค้าอันสวยงาม การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่าย คือ สินค้าถูกลอกเลียนแบบมากขึ้น

2.9 รายที่ 9 อายุ 52 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่มีประสบการณ์ แต่เคยผ่านการอบรม การขายแนวใหม่ รายได้ปัจจุบัน 3,900 บาทต่อเดือน ทำงานเป็นลูกจ้างร้านเครื่องปั้นดินเผา 4 ปี ร้านที่ทำงานเป็นขายปลีก ไม่เคยจัดการด้านการตลาดด้านต่าง ๆ ของร้านเลย แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจำหน่ายจากด่านเกวียน โดยลูกค้านิยมซื้อแจกัน และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาประจำที่ซื้อไปใช้เอง รายได้วันละประมาณ 1,500-3,000 บาท เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุดเป็นเครื่องประดับดินเผา ขายดีที่สุดในช่วงเช้า เนื่องจากสินค้าสวยงาม ไม่มีตำหนิ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่น จะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายคือเศรษฐกิจไม่ดี

2.10 รายที่ 10 อายุ 42 ปี การศึกษาประถมศึกษาปีที่ 6 ไม่มีประสบการณ์และไม่เคยผ่านการอบรม รายได้ปัจจุบัน 3,900 บาทต่อเดือน เป็นลูกจ้างมาแล้ว 4 ปี ทางร้านจะรับเครื่องปั้นดินเผาขายปลีก ไม่เคยเข้าร่วมการจัดการภายในร้านเลย โดยรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาจากด่านเกวียน ลูกค้าจะนิยมซื้ออ่างบัวมากที่สุดและส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาจรที่จะซื้อไปใช้เอง รายได้ วันละประมาณ 1,500-3,500 บาท เครื่องปั้นดินเผาที่ขายดีที่สุด คือ แจกัน และดีในช่วงเช้า เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกซื้อมากมาย การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือแหล่งการค้าอื่นจะใช้การโทรศัพท์ ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายคือเรื่องของการขนส่งต้องระวังอย่างมาก เพราะจะทำให้แตกได้

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป รายละเอียดแสดงตามตาราง 4 ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ สถานที่พักอาศัย จำนวนครั้งของการมาซื้อผลิตภัณฑ์ ช่วงเวลาในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ นิยมมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และประเภทสินค้าที่ลดกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่นิยมซื้อมากที่สุด

ตาราง 4 จำนวน และร้อยละของข้อมูล จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อเครื่องบินดินเผา

| ข้อมูลทั่วไป            | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| <b>เพศ</b>              |       |        |
| ชาย                     | 49    | 49.00  |
| หญิง                    | 51    | 51.00  |
| <b>อายุ</b>             |       |        |
| 11-20 ปี                | 23    | 23.00  |
| 21-30 ปี                | 24    | 24.00  |
| 31-40 ปี                | 27    | 27.00  |
| 41-50 ปี                | 19    | 19.00  |
| 51-60 ปี                | 7     | 7.00   |
| <b>ระดับการศึกษา</b>    |       |        |
| ประถมศึกษาและมัธยมศึกษา | 65    | 65.00  |
| ปริญญาตรี               | 30    | 30.00  |
| สูงกว่าปริญญาตรี        | 3     | 3.00   |
| อื่น ๆ                  | 2     | 2.00   |
| <b>รายได้</b>           |       |        |
| ไม่เกิน 10,000 บาท      | 55    | 55.00  |
| 10,001-20,000 บาท       | 36    | 36.00  |
| 20,001-30,000 บาท       | 5     | 5.00   |
| 30,001-40,000 บาท       | 4     | 4.00   |
| <b>อาชีพ</b>            |       |        |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ   | 5     | 5.00   |
| พนักงานบริษัทและลูกจ้าง | 55    | 55.00  |
| ค้าขาย                  | 17    | 17.00  |
| เกษตรกร                 | 2     | 2.00   |
| อื่น ๆ                  | 21    | 21.00  |

ตาราง 4 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป   | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| <b>สถานที่พักอาศัย</b>                                     |       |        |
| ภายในนครราชสีมา  | 49    | 49.00  |
| กรุงเทพมหานคร  | 19    | 19.00  |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ                                      | 23    | 23.00  |
| อื่น ๆ   | 9     | 9.00   |
| <b>จำนวนครั้งของการมาซื้อผลิตภัณฑ์</b>                     |       |        |
| ครั้งแรก   | 35    | 35.00  |
| นาน ๆ ครั้ง  | 55    | 55.00  |
| บ่อยครั้ง  | 10    | 10.00  |
| <b>ช่วงเวลาในการมาซื้อผลิตภัณฑ์</b>                        |       |        |
| เช้า   | 48    | 48.00  |
| บ่าย   | 52    | 52.00  |
| <b>วันที่นิยมมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์</b>                      |       |        |
| วันธรรมดา  | 32    | 32.00  |
| วันเสาร์-วันอาทิตย์  | 68    | 68.00  |
| <b>ประเภทสินค้าเครื่องปั้นดินเผา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b> |       |        |
| ตุ๊กตาเผารูปสัตว์  | 26    | 16.56  |
| กระถางต้นไม้/กัล้วยไม้                                     | 35    | 22.29  |
| ตุ๊กตาเผารูปคน   | 22    | 14.02  |
| อ่างบัว  | 16    | 10.19  |
| แจกัน  | 32    | 20.38  |
| เครื่องประดับดินเผา  | 20    | 12.74  |
| น้ำพุ  | 6     | 3.82   |

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 โดยมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ด้านรายได้ของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55 อาชีพของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา คือ อาชีพพนักงานบริษัทและลูกจ้าง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55 สถานที่พักอาศัยของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่อยู่ภายในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 จำนวนการมาซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์นาน ๆ ครั้ง จำนวน 55 คน จำนวนการมาซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์นาน ๆ ครั้ง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55 ช่วงเวลาในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ ช่วงบ่าย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 โดยส่วนใหญ่ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา นิยมมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และประเภทสินค้าเครื่องปั้นดินเผาที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ กระจาดต้นไม้/กล้วยไม้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 22.29

**ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา** รายละเอียดแสดงตามตาราง 5-9

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา สามารถที่จะนำข้อมูลความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา มาสรุปผลของข้อมูลในภาพรวมซึ่งพิจารณาได้จากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ โดยมีรายละเอียดของข้อมูลตามตาราง 5 ดังนี้

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพรวมความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา  
ด้านต่าง ๆ

| ด้าน                | ระดับความพึงพอใจ |            | การแปลผล   |
|---------------------|------------------|------------|------------|
|                     | $\bar{x}$        | S.D.       |            |
| ด้านผลิตภัณฑ์       | 3.72             | .16        | มาก        |
| ด้านการจัดจำหน่าย   | 3.45             | .46        | ปานกลาง    |
| ด้านส่งเสริมการตลาด | 3.39             | .48        | ปานกลาง    |
| ด้านราคา            | 3.73             | .37        | มาก        |
| <b>รวม</b>          | <b>3.57</b>      | <b>.21</b> | <b>มาก</b> |

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาต่าง ๆ พบว่า เมื่อพิจารณาภาพรวมของความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.57$  S.D. = .21) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{x} = 3.73$  S.D. = .37) โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.72$  S.D. = .16) ความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่าย ( $\bar{x} = 3.45$  S.D. = .46) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 3.39$  S.D. = .48) มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกันตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา สามารถนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลมาแสดงได้ตามตาราง 6-9 ดังนี้

### 1. ข้อมูลความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

| ด้านผลิตภัณฑ์                               | ระดับความพึงพอใจ |            | การแปลผล   |
|---|------------------|------------|------------|
|   | $\bar{x}$        | S.D.       |            |
| 1. ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์                  | 3.83             | .38        | มาก        |
| 2. รูปแบบมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง           | 3.51             | .50        | มาก        |
| 3. ลวดลายของดินเผาไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ที่อื่น | 3.92             | .49        | มาก        |
| 4. สินค้าดีไม่มีตำหนิ                       | 3.36             | .50        | ปานกลาง    |
| 5. ความคงทน                                 | 3.47             | .50        | ปานกลาง    |
| 6. ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์               | 3.78             | .42        | มาก        |
| 7. มีความหลากหลายให้เลือก                   | 3.86             | .53        | มาก        |
| 8. สวยงาม                                   | 3.86             | .35        | มาก        |
| 9. ผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย | 3.93             | .69        | มาก        |
| <b>รวม</b>                                  | <b>3.72</b>      | <b>.16</b> | <b>มาก</b> |

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.72$  S.D. = .16) มีเพียงสองประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ( $\bar{x} = 3.93$  S.D. = .69) รองลงมา คือ ลวดลายของดินเผาไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ที่อื่น ( $\bar{x} = 3.92$  S.D. = .49) และความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.83$  S.D. = .38) ตามลำดับ

## 2. ข้อมูลความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย

| ด้านการจัดจำหน่าย                           | ระดับความพึงพอใจ |            | การแปลผล       |
|---|------------------|------------|----------------|
|   | $\bar{x}$        | S.D.       |                |
| 1. ป้ายแสดงสถานที่ของร้านค้าผลิตภัณฑ์       | 3.31             | .60        | ปานกลาง        |
| 2. สถานที่ตั้งหาง่าย สามารถมองเห็นได้ชัดเจน | 3.48             | .61        | ปานกลาง        |
| 3. สถานที่กว้างขวางเพียงพอต่อผู้ซื้อ        | 3.49             | .61        | ปานกลาง        |
| 4. สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ                 | 3.47             | .56        | ปานกลาง        |
| 5. การจัดพื้นที่เหมาะสม                     | 3.52             | .56        | มาก            |
| <b>รวม</b>                                  | <b>3.45</b>      | <b>.46</b> | <b>ปานกลาง</b> |

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา มีระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายเมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.45$  S.D. = .46) มีเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจมากนั้น ด้านการจัดจำหน่าย คือ การจัดพื้นที่เหมาะสม ( $\bar{x} = 3.52$  S.D. = .56) รองลงมา คือ สถานที่กว้างขวางเพียงพอต่อผู้ซื้อ ( $\bar{x} = 3.49$  S.D. = .61) และสถานที่ตั้งหาง่าย สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ( $\bar{x} = 3.48$  S.D. = .61) ตามลำดับ



### 3. ข้อมูลความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

| ด้านการส่งเสริม   | ระดับความพึงพอใจ |            | การแปลผล       |
|---|------------------|------------|----------------|
|   | $\bar{x}$        | S.D.       |                |
| 1. ป้ายร้านค้ามีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา                        | 3.50             | .58        | ปานกลาง        |
| 2. ผลิตภัณฑ์มีข้อมูลสำคัญ ครบถ้วน ดึงดูดใจได้ชัดเจน         | 3.50             | .60        | ปานกลาง        |
| 3. ข้อมูลมีความทันสมัย                                      | 3.32             | .58        | ปานกลาง        |
| 4. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ | 3.16             | .49        | ปานกลาง        |
| 5. คิดป้ายราคาได้อย่างชัดเจน                                | 3.48             | .58        | ปานกลาง        |
| <b>รวม</b>  | <b>3.39</b>      | <b>.48</b> | <b>ปานกลาง</b> |

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.39$  S.D. = .48) และทุกประเด็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาดมี 2 ประเด็น คือ ป้ายร้านค้ามีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา ( $\bar{x} = 3.50$  S.D. = .58) และผลิตภัณฑ์มีข้อมูลสำคัญ ครบถ้วน ดึงดูดใจได้ชัดเจน ( $\bar{x} = 3.50$  S.D. = .60) และรองลงมา คือ คิดป้ายราคาได้อย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 3.48$  S.D. = .58) และข้อมูลมีความทันสมัย ( $\bar{x} = 3.32$  S.D. = .58) ตามลำดับ

#### 4. ข้อมูลด้านความพึงพอใจด้านราคา

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านราคา

| ด้านราคา   | ระดับความพึงพอใจ |            | การแปลผล   |
|--|------------------|------------|------------|
|  | $\bar{x}$        | S.D.       |            |
| 1. ราคาสินค้าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานทั่วไป                                    | 3.38             | .53        | ปานกลาง    |
| 2. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม ต่อสินค้าแต่ละชิ้น                            | 3.49             | .54        | ปานกลาง    |
| 3. ท่านชอบมาตรการ เมื่อซื้อสินค้ามากกว่า 10 ชิ้นได้รับ ส่วนลดในราคาพิเศษ | 4.49             | .60        | มากที่สุด  |
| 4. ราคาดินเผาต้านเกวียน ถูกกว่าผลิตภัณฑ์ดินเผาแหล่งอื่น ๆ                | 3.44             | .50        | ปานกลาง    |
| 5. ราคาสินค้าไม่แพงเกินไป ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ                            | 3.53             | .50        | มาก        |
| 6. ความสะดวก ในการชำระเงิน   | 3.85             | .36        | มาก        |
| 7. ความรวดเร็ว ในการชำระเงิน   | 3.91             | .32        | มาก        |
| <b>รวม</b>   | <b>3.73</b>      | <b>.37</b> | <b>มาก</b> |

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผามีระดับความพึงพอใจด้านราคา เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73$  S.D. = .37) มีเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง 3 ประเด็น และระดับมาก 3 ประเด็น โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านราคา คือ ท่านชอบมาตรการ เมื่อซื้อสินค้ามากกว่า 10 ชิ้น ได้รับส่วนลดในราคาพิเศษ ( $\bar{x} = 4.49$  S.D. = .60) รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน ( $\bar{x} = 3.91$  S.D. = .32) และความสะดวก ในการจ่ายเงินซื้อสินค้า ( $\bar{x} = 3.85$  S.D. = .36) ตามลำดับ

**สรุปผล** จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมประเด็นที่จะต้องทำการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งหมดได้นำมาปรับปรุงและกำหนดแนวทางพัฒนาและจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์

เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยสามารถประมวลผลข้อมูลได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าไม่มีตำหนิ ( $\bar{x} = 3.36$  S.D. = .50) และความคงทน ( $\bar{x} = 3.47$  S.D. = .50)
2. ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ป้ายแสดงสถานที่ของร้านค้าผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.31$  S.D. = .60) สถานที่ตั้งหาง่าย สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ( $\bar{x} = 3.48$  S.D. = .61) สถานที่กว้างขวางเพียงพอต่อผู้ซื้อ ( $\bar{x} = 3.49$  S.D. = .61) และสถานที่สะอาด เป็นระเบียบ ( $\bar{x} = 3.47$  S.D. = .56)
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ป้ายร้านค้ามีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา ( $\bar{x} = 3.50$  S.D. = .58) ผลิตภัณฑ์มีข้อมูลสำคัญ ครบถ้วน ติดแสดงไว้ชัดเจน ( $\bar{x} = 3.50$  S.D. = .60) ข้อมูลมีความทันสมัย ( $\bar{x} = 3.32$  S.D. = .58) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{x} = 3.16$  S.D. = .49) ติดป้ายราคาได้อย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 3.48$  S.D. = .58)
4. ด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานทั่วไป ( $\bar{x} = 3.38$  S.D. = .53) มีการตั้งราคาที่เหมาะสม ต่อสินค้าแต่ละชิ้น ( $\bar{x} = 3.49$  S.D. = .54) ราคาดินเผาด่านเกวียน ถูกกว่าผลิตภัณฑ์ดินเผาแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 3.44$  S.D. = .50)

จากข้อมูลที่ค้นพบในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวไปจัดทำแนวทางการพัฒนาการจัดการเครื่องปั้นดินเผา เพื่อพัฒนาการจัดการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา ตามความพึงพอใจของผู้ซื้อในขั้นตอนต่อไป

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน

จากการตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาเกี่ยวกับประเด็นในด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถประมวลผลข้อมูลได้ดังตาราง 10 ดังนี้

ตาราง 10 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน

| ข้อเสนอแนะ   | จำนวน     | ร้อยละ        |
|--|-----------|---------------|
| 1. สินค้ามีจำนวนมาก แต่ไม่ค่อยมีความหลากหลาย คือ สินค้ามักคล้ายกันหรือเหมือนกัน อยากให้มีการสร้างงานชิ้นใหม่ ๆ มาเสนอขายบ้าง | 5         | 45.46         |
| 2. ควรมีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น จัดการบริหารพื้นที่จอดรถให้สามารถจอดรถได้สะดวก                           | 4         | 36.36         |
| 3. ผู้ผลิตควรคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าการแข่งขันด้านราคา  | 2         | 18.18         |
| <b>รวม</b>   | <b>11</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม พบว่า ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการร้านเครื่องปั้นดินเผาได้เสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนไว้ โดยมีรายละเอียดของประเด็นต่าง ๆ คือ สินค้ามีจำนวนมาก แต่ไม่ค่อยมีความหลากหลาย คือ สินค้ามักคล้ายกันหรือเหมือนกัน อยากให้มีการสร้างงานชิ้นใหม่ ๆ มาเสนอขายบ้าง จำนวน 5 คน ร้อยละ 45.46 ควรมีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น จัดการบริหารพื้นที่จอดรถให้สามารถจอดรถได้สะดวก จำนวน 4 คน ร้อยละ 36.36 และอยากให้ทางผู้ผลิตคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่ามาแข่งขันด้านราคา จำนวน 2 คน ร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพภายในและภายนอกองค์กร(SWOT)

1. การวิเคราะห์สภาพภายในและภายนอกองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### จุดแข็ง

- ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่มีราคาถูก
- ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า
- สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้กับแหล่งการผลิต

- ร้านจำหน่ายอยู่ติดกับถนนสายหลัก และเป็นสถานที่สำหรับจอตลอดประจำทาง

#### จุดอ่อน

#### คู่แข่ง

- มีคู่แข่งทางการค้ามากขึ้น เช่น มีสินค้าประเภทใกล้เคียงจากจังหวัดอื่นมาเป็นคู่แข่ง
- เศรษฐกิจตกต่ำทำให้การซื้อลดลง
- ขาดการประชาสัมพันธ์
- ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผาจำนวนมาก
- สินค้าแตกหักง่าย จะต้องระวังเรื่องการขนส่ง

#### โอกาส

- ได้รับเงิน กองทุนหมู่บ้าน และหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จากภาครัฐ
- มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดงานเทศกาลภายในจังหวัด และอำเภอใกล้เคียง เช่น การจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น การจัดงานประจำอำเภอ(งานน้อยหน้าประจำปี)
- จังหวัดนครราชสีมาให้การส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา โดยได้ทำการฝึกอบรมอาชีพและเทคนิคทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจ เป็นการเพิ่มความรู้อให้แก่ผู้ประกอบการและลูกจ้างในร้านเครื่องปั้นดินเผา
- การคมนาคมสะดวก

#### อุปสรรค

- ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมอยู่ในอัตราที่สูง ส่งผลต่อผู้ประกอบการที่จะเพิ่มสินค้าให้มากขึ้น
- ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ผู้ซื้อสินค้ามักเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นที่สุด
- ในปัจจุบันผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผามีมาก
- ปัญหาการเมืองในปัจจุบันส่งผลต่อการท่องเที่ยวและการขายสินค้าลดลง
- มีการแข่งขันในด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลด แลก แจก แถม
- ราคาน้ำมันมีผลต่อการขนส่งสินค้าทำให้ต้องปรับเปลี่ยนราคาสินค้าใหม่ตลอดเวลา
- มีแหล่งผลิตเซรามิกขนาดใหญ่ในจังหวัดลำปาง และแหล่งอื่น ซึ่งส่งผลทำให้รายได้ของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาลดลง

ตาราง 11 การวิเคราะห์ SWOT ด้วยตาราง MATRIX เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร

| ปัจจัยภายใน<br>ปัจจัยภายนอก   | จุดแข็ง (S)  | จุดอ่อน (W)  |
|---|--|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่มีราคาถูก</li> <li>- ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าเอง</li> <li>- สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้กับแหล่งการผลิต</li> <li>- ร้านจำหน่ายอยู่ติดกับถนนสายหลัก และเป็นสถานที่สำหรับจอดรถประจำทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีคู่แข่งทางการค้ามากขึ้น เช่น มีสินค้าประเภทใกล้เคียงจากจังหวัดอื่นมาเป็นคู่แข่ง</li> <li>- เศรษฐกิจตกต่ำทำให้การซื้อลดลง</li> <li>- ขาดการประชาสัมพันธ์</li> <li>- ร้านจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผา มีจำนวนมาก</li> <li>- สินค้าแตกหักง่าย จะต้องระวังเรื่องการขนส่ง</li> </ul> |
| <p><b>โอกาส (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับเงินกองทุนหมู่บ้าน และหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากภาครัฐ</li> <li>- มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดงานเทศกาลภายในจังหวัด และอำเภอใกล้เคียง เช่น การจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น การจัดงานประจำปี</li> <li>- จังหวัดนครราชสีมา ให้การส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา</li> </ul> | <p><b>สร้างยุทธศาสตร์เชิงรุก SO</b></p> <p><b>ยุทธศาสตร์ที่ 1.</b> จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการ</p>  | <p><b>สร้างยุทธศาสตร์การพัฒน</b></p> <p><b>องค์กร WO</b></p> <p><b>ยุทธศาสตร์ที่ 2</b> ส่งเสริมให้พัฒนาสินค้าใหม่ ๆ และการจัดสิทธิบัตรของสินค้าประสานงานกับภาครัฐให้จัดหาบุคลากรที่มีความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการพัฒนาสินค้า</p>   |

ตาราง 11 (ต่อ)

| ปัจจัยภายใน<br>ปัจจัยภายนอก  | จุดแข็ง (S)  | จุดอ่อน (W)  |
|--|--|--|
| <p>โดยได้ทำการฝึกอบรมอาชีพและเทคนิคทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจ เป็นการเพิ่มความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ และ ลูกจ้าง ใน ร้าน เครื่องปั้นดินเผา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การคมนาคมสะดวก</li> </ul> <p><b>อุปสรรค (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในอัตราที่สูงขึ้น</li> <li>- ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ</li> <li>- ในปัจจุบันผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผามีมาก</li> <li>- ปัญหาการเมืองในปัจจุบัน ส่งผลต่อการท่องเที่ยวและการขายสินค้า</li> <li>- มีการแข่งขันในด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลด แลก แจก แถม</li> <li>- ราคาน้ำมันมีผลต่อการขนส่งสินค้าทำให้ต้องปรับราคาสินค้าใหม่ตลอดเวลา</li> <li>- มีแหล่งผลิตเซรามิกขนาดใหญ่ในจังหวัดลำปาง ทำให้รายได้ลดลง</li> </ul> | <p><b>สร้างยุทธศาสตร์การรักษาเสถียรภาพองค์กร ST</b></p> <p><b>ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาควรร่วมมือกัน ในการกำหนดราคาขายสินค้า เพื่อลดการแข่งขันในด้านราคาที่เหมาะสม</p> | <p><b>สร้างยุทธศาสตร์ประคับประคอง WT</b></p> <p><b>ยุทธศาสตร์ที่ 4</b> จัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา และจัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อช่วยเหลือด้านเงินทุน</p> |

## ส่วนที่ 2 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์

### 1. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์

แผนยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ และกิจกรรม/โครงการ ดังนี้

ตาราง 12 แสดงสิ่งที่ต้องปรับปรุง ยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์

| สิ่งที่ต้องปรับปรุง   | กำหนดยุทธศาสตร์                                    | เป้าประสงค์   |
|---|--|---|
| <b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b><br>- สินค้ามีตำหนิ<br>- ความคงทน  | 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนารจัดการด้านผลิตภัณฑ์          | 1. ต้องมีการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าก่อนการจำหน่ายทุกครั้ง<br>2. คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน   |
| <b>2. ด้านการจัดจำหน่าย</b><br>- ป้ายแสดงสถานที่ของร้านค้าผลิตภัณฑ์<br>- สถานที่ตั้งห่างไกลสามารถมองเห็นได้ชัดเจน<br>- สถานที่กว้างขวางเพียงพอต่อผู้ซื้อ<br>- สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ  | 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนารจัดการด้านการจัดจำหน่าย      | 1. จัดทำแผนผังพื้นที่บริเวณที่จำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน<br>2. กำหนดให้ผู้ประกอบการทุกรายติดตั้งป้ายประจำร้านค้า<br>3. ปรับปรุงบริเวณจำหน่ายสินค้าให้มีความเหมาะสมและเป็นระเบียบ<br>4. จัดสรรพื้นที่ให้มีบริเวณที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอกับจำนวนของผู้มาซื้อสินค้า |
| <b>3. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b><br>- ป้ายร้านค้ามีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา<br>- ผลิตภัณฑ์มีข้อมูลสำคัญครบถ้วน ติดแสดงไว้ชัดเจน<br>- ข้อมูลมีความทันสมัย<br>- มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ<br>- ติดป้ายราคาไว้อย่างชัดเจน | 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนารจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด | 1. ปรับปรุงรูปแบบภายในร้านให้เหมาะสมกับการเลือกซื้อสินค้า<br>2. แสดงข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นของสินค้าทุกชิ้น<br>3. กำหนดรูปแบบของการส่งเสริมการขายที่ชัดเจนเพื่อกระตุ้นยอดขาย<br>4. ติดป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชิ้นอย่างชัดเจน   |



ตาราง 12 (ต่อ)

| สิ่งที่ต้องปรับปรุง   | กำหนดยุทธศาสตร์                       | เป้าประสงค์   |
|---|---------------------------------------|---|
| <p>4. ด้านราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาสินค้าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานทั่วไป</li> <li>- มีการตั้งราคาที่เหมาะสมต่อสินค้าแต่ละชิ้น</li> <li>- ราคาสินค้าค่อนข้างถูกกว่าผลิตภัณฑ์ดินเผาแหล่งอื่น ๆ</li> </ul> | <p>1. ยุทธศาสตร์การจัดการด้านราคา</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการจะต้องกำหนดราคาขายร่วมกัน</li> <li>2. กำหนดมาตรฐานราคาสินค้าทุกประเภทได้เหมาะสมอย่างยุติธรรมกับผู้ซื้อ</li> <li>3. สำรวจและทำการวิจัยการตลาดทุกด้านในทุกแหล่งการผลิตที่เป็นคู่แข่งกับเครื่องปั้นดินเผา</li> </ol> |

จากตาราง 12 สามารถกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ด้วยกัน คือ ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ ยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด และยุทธศาสตร์ด้านราคา

ตาราง 13 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ได้กำหนด เป้าประสงค์ กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบดังนี้

| เป้าประสงค์   | กิจกรรม/โครงการ   | ผู้รับผิดชอบ                  |
|---|---|-------------------------------|
| 1. ต้องมีการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าก่อนการจำหน่ายทุกครั้ง  | 1. ส่งเสริมและฝึกอบรมทักษะของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในงานผลิตที่ทันสมัย | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 2. คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน | 2. กำหนดมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต                      | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
|   | 3. แต่งตั้งคนทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพ   | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |

จากตาราง 13 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปเป้าประสงค์ได้ 2 เป้าประสงค์ 3 กิจกรรม/โครงการ และมีผู้รับผิดชอบกิจกรรม/โครงการ คือ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา

ตาราง 14 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การจัดการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา ได้กำหนดเป้าประสงค์ กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบดังนี้

| เป้าประสงค์   | กิจกรรม/โครงการ  | ผู้รับผิดชอบ                  |
|---|--|-------------------------------|
| 1. จัดทำแผนผังพื้นที่บริเวณที่จำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน                          | 1. ปรับปรุงสถานที่ภายในบริเวณที่จำหน่ายสินค้า                              | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 2. กำหนดให้ผู้ประกอบการทุกรายติดตั้งป้ายประจำร้านค้า                            | 2. มีข้อตกลงในการเข้ามาเป็น ผู้ประกอบการร้านค้าร่วมกัน เพื่อให้            | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 3. ปรับปรุงบริเวณจำหน่ายสินค้าให้มีความเหมาะสมและเป็นระเบียบ                    | เกิดความเป็นระเบียบ  |                               |
| 4. จัดสรรพื้นที่ให้มีบริเวณที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอกับจำนวนของผู้มาซื้อสินค้า | 3. ปรับปรุงและซ่อมแซมภูมิทัศน์ให้สวยงาม                                    | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
|   | 4. ปรับปรุงบริเวณที่จอดรถให้มีมากขึ้น และมีการจัดการการจอดรถให้เป็นระเบียบ | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |

จากตาราง 14 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านการจัดจำหน่าย สามารถสรุปเป้าประสงค์ได้ 4 เป้าประสงค์ 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผู้รับผิดชอบกิจกรรม/โครงการ คือ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา

ตาราง 15 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การจัดการส่งเสริมการตลาดเครื่องปั้นดินเผา ได้กำหนดเป้าประสงค์  
กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบดังนี้

| เป้าประสงค์   | กิจกรรม/โครงการ  | ผู้รับผิดชอบ                  |
|---|--|-------------------------------|
| 1. ปรับปรุงรูปแบบภายในร้านให้<br>เหมาะสมกับการเลือกซื้อสินค้า         | 1. ผู้ประกอบการร่วมกันจัดงานแสดง<br>สินค้าเครื่องปั้นดินเผาค่านเกวียน    | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 2. แสดงข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น<br>ของสินค้าทุกชิ้น                     | 2. ผู้ประกอบการร่วมกันวางนโยบาย<br>ในการลดราคาสินค้า                     | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 3. กำหนดรูปแบบของการ<br>ส่งเสริมการขายที่ชัดเจนเพื่อ<br>กระตุ้นยอดขาย | 3. สินค้าเครื่องปั้นดินเผาทุกชิ้นต้อง<br>ได้มาตรฐานรับรองจากผู้ประกอบการ | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 4. ติดป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชิ้น<br>อย่างชัดเจน                        |  |                               |

จากตาราง 15 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้านการส่งเสริม  
การตลาด สามารถสรุปเป้าประสงค์ได้ 4 เป้าประสงค์ 3 กิจกรรม/โครงการ และมีผู้รับผิดชอบ  
กิจกรรม/โครงการ คือ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา

ตาราง 16 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การจัดการด้านราคาเครื่องปั้นดินเผา ได้กำหนดเป้าประสงค์  
กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบดังนี้

| เป้าประสงค์   | กิจกรรม/โครงการ  | ผู้รับผิดชอบ                  |
|---|--|-------------------------------|
| 1. ผู้ประกอบการต้องกำหนด<br>ราคาขายร่วมกัน  | 1. จัดทำแผ่นพับแสดงราคาสินค้าแต่<br>ละประเภทโดยแสดงราคาอย่างชัดเจน   | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 2. กำหนดมาตรฐานราคาสินค้า<br>ทุกประเภทได้เหมาะสมอย่าง<br>ยุติธรรมกับผู้ซื้อ                   | 2. ปรับปรุงราคาสินค้าเครื่องปั้นดินเผา<br>ได้เหมาะสมใกล้เคียงกับสินค้าของกลุ่ม<br>แข่งขันจากแหล่งการผลิตอื่น ๆ   | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |
| 3. ทำการวิจัยการตลาดทุกด้าน<br>ในทุกแหล่งการผลิตที่เป็นคู่แข่ง<br>แข่งขันกับเครื่องปั้นดินเผา | 3. สำรวจความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้า<br>เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ใน<br>การพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาด้านต่าง ๆ | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |

จากตาราง 16 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการเครื่องปั้นดินเผาด้วราคา สามารถสรุปเป้าประสงค์ได้ 3 เป้าประสงค์ 3 กิจกรรม/โครงการ และมีผู้รับผิดชอบกิจกรรม/โครงการ คือ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา

### **วิสัยทัศน์ (Vision)**

คุณภาพเป็นเลิศ ประทับใจผู้ซื้อ ราคาประหยัด หลากหลายด้วยผลิตภัณฑ์

### **พันธกิจ(Mission)**

1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
2. สร้างความประทับใจ ความพึงพอใจในการบริการ สถานที่และสิ่งแวดล้อม
3. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผา
4. กำหนดราคาขายที่เหมาะสม

ตาราง 17 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

วิสัยทัศน์ คือ คุณภาพเป็นเลิศ ประทับใจผู้ซื้อ ราคาประหยัด หลากหลายด้วยผลิตภัณฑ์

| พันธกิจ                                 | ยุทธศาสตร์การพัฒนา         | เป้าประสงค์   | ตัวชี้วัด  | กิจกรรม/โครงการ   | ผู้รับผิดชอบ  |
|---|----------------------------|---|--|---|---|
| สร้างสรรคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน | 1. ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ | 1. ต้องมีการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าก่อนการจำหน่ายทุกครั้ง<br>2. คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน | ตรวจสอบคุณภาพ ได้แก่ ความทนทาน ลวดลายและความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ ดินเผาด่านเกวียนเท่านั้น | 1. ส่งเสริมและฝึกอบรมทักษะของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการผลิตงานที่มีคุณภาพ<br>2. กำหนดมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต<br>3. แต่งตั้งฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ | ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา<br>ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา<br>ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา |

ตาราง 17 (ต่อ)

| พันธกิจ   | ยุทธศาสตร์การพัฒนา                 | เป้าประสงค์   | ตัวชี้วัด   | กิจกรรม/โครงการ   | ผู้รับผิดชอบ   |
|---|------------------------------------|---|---|---|--|
| สร้างความประทับใจ<br>ความพึงพอใจในการ<br>บริการ สถานที่และ<br>สิ่งแวดล้อม | 2. ยุทธศาสตร์ด้านการจัด<br>จำหน่าย | 1. จัดทำแผนผังพื้นที่บริเวณที่<br>จำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน<br>2. กำหนดให้ผู้ประกอบการทุก<br>รายติดตั้งป้ายประจำร้านค้า<br>3. ปรับปรุงบริเวณจำหน่าย<br>สินค้าให้มีความเหมาะสมและ<br>เป็นระเบียบ<br>4. จัดสรรพื้นที่ให้มีบริเวณที่<br>จอดรถที่สะดวกและเพียงพอกับ<br>จำนวนของผู้มาซื้อสินค้า | แผนผังแสดงบริเวณ<br>จำหน่าย<br>ป้ายแสดงชื่อร้านค้า<br>ร้านค้าจัดวางสินค้าได้<br>เหมาะสม<br>เพิ่มพื้นที่บริเวณที่จอดรถ | 1. ปรับปรุงสถานที่<br>ภายในบริเวณที่<br>จำหน่ายสินค้า<br>2. วางกฎระเบียบใน<br>การเข้ามาเป็น<br>ผู้ประกอบการร้านค้า<br>ร่วมกัน เพื่อให้เกิด<br>ความเป็นระเบียบ<br>3. ปรับปรุงและ<br>ซ่อมแซมภูมิทัศน์ให้<br>สวยงาม<br>4. ปรับปรุงบริเวณที่<br>จอดรถให้มีมากขึ้น<br>และมีการจัดการการ<br>จอดรถให้เป็น<br>ระเบียบ | ผู้ประกอบการ<br>เครื่องปั้นดินเผา<br>ผู้ประกอบการ<br>เครื่องปั้นดินเผา<br>ผู้ประกอบการ<br>เครื่องปั้นดินเผา<br>ผู้ประกอบการ<br>เครื่องปั้นดินเผา |

ตาราง 17 (ต่อ)

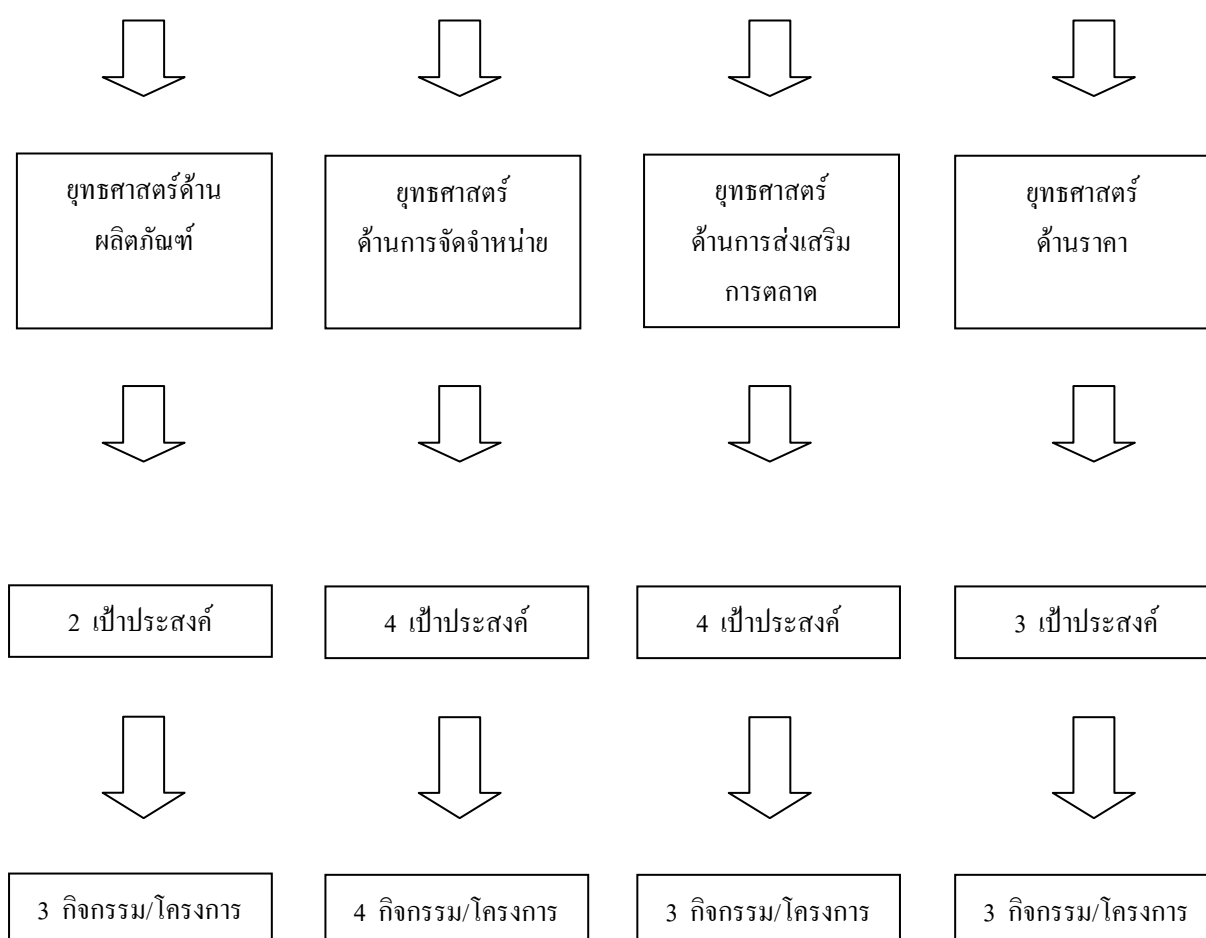
| พันธกิจ   | ยุทธศาสตร์การพัฒนา                      | เป้าประสงค์   | ตัวชี้วัด  | กิจกรรม/โครงการ  | ผู้รับผิดชอบ   |
|---|---|---|--|--|--|
| ส่งเสริมการ<br>ประชาสัมพันธ์<br>เอกลักษณ์ของ<br>เครื่องบินดินเผาผ่าน<br>เว็บบอร์ด | 3. ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริม<br>การตลาด | 1. ปรับปรุงรูปแบบภายในร้าน<br>ให้เหมาะสมกับการเลือกซื้อ<br>สินค้า<br>2. แสดงข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น<br>ของสินค้าทุกชิ้น<br>3. กำหนดรูปแบบของการ<br>ส่งเสริมการขายที่ชัดเจนเพื่อ<br>กระตุ้นยอดขาย ติดป้ายแสดง<br>ราคาสินค้าทุกชิ้นอย่างชัดเจน | เปลี่ยนแปลงการจัดภายใน<br>ร้านค้า<br>ป้ายสินค้าที่มีเอกลักษณ์<br>เฉพาะ<br>ยอดการขายสูงขึ้น | 1. ผู้ประกอบการ<br>ร่วมกันจัดงานแสดง<br>สินค้าเครื่องบินดินเผา<br>ผ่านเว็บบอร์ด<br>2. ผู้ประกอบการ<br>ร่วมกันลดราคาสินค้า<br>3. สินค้า<br>เครื่องบินดินเผาทุกชิ้น<br>ต้องได้มาตรฐาน<br>รับรองจาก<br>ผู้ประกอบการ | ผู้ประกอบการ<br>เครื่องบินดินเผา<br>ผู้ประกอบการ<br>เครื่องบินดินเผา<br>ผู้ประกอบการ<br>เครื่องบินดินเผา |

ตาราง 17 (ต่อ)

| พันธกิจ                | ยุทธศาสตร์การพัฒนา    | เป้าประสงค์   | ตัวชี้วัด  | กิจกรรม/โครงการ  | ผู้รับผิดชอบ  |
|------------------------|-----------------------|---|--|--|---|
| กำหนดราคาขายที่เหมาะสม | 4. ยุทธศาสตร์ด้านราคา | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการจะต้องกำหนดราคาขายร่วมกัน</li> <li>2. กำหนดมาตรฐานราคาสินค้าทุกประเภทได้เหมาะสมอย่างยุติธรรมกับผู้ซื้อ</li> <li>3. ทำการวิจัยการตลาดทุกด้านในทุกแหล่งการผลิตที่เป็นคู่แข่งกับเครื่องปั้นดินเผา</li> </ol> | <p>ราคาขายสินค้าแต่ละประเภท<br/>ราคาเดียวกันทุกร้าน</p> <p>ราคาขายสินค้าแต่ละประเภท<br/>ราคาเดียวกันทุกร้าน</p> <p>ข้อมูลเกี่ยวกับด้าน<br/>ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย<br/>ด้านการส่งเสริมการตลาด<br/>และราคาของแหล่งดินเผา<br/>อื่น ๆ</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดทำแผนพับแสดงราคาสินค้าแต่ละประเภท โดยแสดงราคาอย่างชัดเจน</li> <li>2. ปรับปรุงราคาสินค้าเครื่องปั้นดินเผาได้เหมาะสมใกล้เคียงกับสินค้าของกลุ่มแข่งขันจากแหล่งการผลิตอื่น ๆ</li> <li>3. สำรวจความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้า เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาเครื่องปั้นดินเผา<br/>ด้านต่าง ๆ</li> </ol> | <p>ผู้ประกอบการ<br/>เครื่องปั้นดินเผา</p> <p>ผู้ประกอบการ<br/>เครื่องปั้นดินเผา</p> <p>ผู้ประกอบการ<br/>เครื่องปั้นดินเผา</p> |



**แนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน  
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา**



ภาพประกอบ 2 สรุปการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์  
เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา